



La Habana de los Habanos

LA HISTORIA DE LOS HABANOS PUEDE DEVELAR LAS ESENCIAS MEJOR GUARDADAS DE LA HABANA. MÁS ALLÁ DEL MÍSTICO AROMA Y SABOR DE UN HABANO, LOS SITIOS ASOCIADOS A ESTA TRADICIÓN NOS CONDUCE A LOS ORÍGENES Y A LA EVOLUCIÓN DE LA SÉPTIMA VILLA FUNDADA EN CUBA



Cuando John F. Kennedy y Winston Churchill llevaron a su boca, por vez primera, un tabaco hecho en Cuba, su aroma, fortaleza y sabor, no fue lo único que los encantó. Muchos aseguran que desde la primera bocanada, la distancia física entre Cuba y Estados Unidos o entre la Isla y Gran Bretaña se redujo a nada, puesto que ese primer Habano les descubrió a ambos políticos una nueva Habana, diferente a la que conocían o habían escuchado hablar.

Y es que ciertamente algunos de los más enigmáticos tabacos han sido y son elaborados en fábricas de la capital de Cuba. La Real Fábrica de Tabacos Partagás, H.Upmann, Romeo y Julieta, Corona y El Laguito son las más renombradas, es allí donde durante décadas han trabajado algunos de los mejores torcedores y escogedores de tabaco en el mundo.

Y aunque Montecristo es la marca más vendida, representando la mitad de las exportaciones de Habanos, La Habana muestra otras muchas que la distinguen igualmente en el orbe.

Un Habano puede llevar también una cerveza fría...

Si hace unas décadas la Alameda de Paula sorprendía por su antiguo almacén del tabaco y la madera, hoy una mini-fábrica de cerveza y un restaurante conquistan a cuantos caminan esta zona de La Habana.

Con capacidad para más de 400 personas, este proyecto de la Oficina del Historiador de la Ciudad cuenta con una gran nave donde se elaboran tres tipos de cerveza -clara, tostada y negra- de forma natural y con tecnología y malta procedente de Austria. Al día, produce unos 1.000 L de cerveza.

En otros lugares de La Habana, siete elegantes Casas del Habano también dan la bienvenida al visitante, que puede encontrar en ellas una amplia representación de las marcas de Habanos, junto a un servicio exclusivo, Ediciones Especiales y un espacio donde disfrutar en un clima íntimo de estos excelentes productos.

Bajo la marca La Casa del Habano, registrada internacionalmente y propiedad de la Corporación Habanos s.a., en estos momentos existen más de 140 de estos establecimientos en todo el mundo.



HABANO'S HAVANA

THE HISTORY OF HABANOS CAN UNFOLD THE BEST-KEPT ESSENCES OF THE CITY OF HAVANA. BEYOND A HABANO'S MYSTIC SCENT AND TASTE, THE PLACES ASSOCIATED TO THIS TRADITION LEAD US TO THE ORIGINS AND EVOLUTION OF THE SEVENTH VILLAGE FOUNDED IN CUBA

When John F. Kennedy and Winston Churchill pressed a Cuba-made cigar between their lips for the first time, it weren't only the aroma, strength and taste what dazzled them. Many assert that from the very first puff, the geographical gap between Cuba and the U.S. or between the island nation and Great Britain was bridged down to a whisker. That first cigar unraveled a new Havana for the two statesmen, a city different to the one they'd known or heard of.

And the fact of the matter is that some of the most puzzling cigars have been and still are rolled in factories based in Cuba's capital. La Real Fábrica de Tabacos Partagás, H. Upmann, Romeo y Julieta, Corona and El Laguito are the best known, where some of the world's best cigar rollers and tobacco selectors have worked. And even though Montecristo is the bestselling brand -accounting for half of all Cuban cigar exports- Havana shows off many others that also make the city stand out around the globe.

A Habano Also Takes an Ice Beer...

As the Alameda de Paula awed people for decades with its old tobacco and wood warehouse, today a mini-factory of beer and a restaurant win the hearts of those who traipse around this Havana area.

Large enough to seat over 400 people, the new brewery consists of a large section where three kinds of beers -light, lager and black- are made in a natural way and relying on malt and technology hailing from Austria. As many as 1,000 lt. of suds are brewed in a single day.

For those who haven't made it there yet, this is a project rolled out by the Office of the Havana City Historian -led by Eusebio Leal- in an effort to give the old Havana Bay harbor a new lease on life now that all cargo and freight activities will be moved to the Mariel seaport, some 45 kilometers from Havana.

In other places around Havana, seven fancy La Casa del Habano also welcome visitors, who can find there a vast representation of the habano brands coupled with an exclusive service, Special Editions and a place to enjoy these excellent products in a cozy atmosphere.

Under the Casa del Habano brand, internationally registered trademark and owned by Habanos S.A. Corporation, right now, there are over 140 of these establishments around the world.



Noche de lujo, historia y tradición

LA PRIMERA NOCHE DEL FESTIVAL SUPERÓ LAS EXPECTATIVAS CON EL LANZAMIENTO DE LA PRIMERA GRAN RESERVA DE ROMEO Y JULIETA EN SU CONOCIDA VITOLA WIDE CHURCHILLS, UN SÍMBOLO DE LA MARCA EN TODO EL MUNDO



“Es un gusto ver a tanta gente conocida y querida en un negocio donde compartimos una afición y una pasión. Me gustaría aprovechar la oportunidad para darle la bienvenida a Inocente Núñez como nuevo Copresidente de Habanos. Estoy seguro de que seremos capaces de unir nuestros esfuerzos para seguir consolidando y fortaleciendo lo que hoy somos: líderes mundiales del mercado del cigarro premium.”

Así lo expresó Luis Sánchez-Harguindey Pardo De Vera, Copresidente de Habanos s.a., durante la Noche de Bienvenida, celebrada en el antiguo Almacén del Tabaco y la Madera del puerto de la capital, enclave único y patrimonio de La Habana.

“Para mí es un placer incorporarme a esta importante actividad que desarrolla Habanos s.a. Lo hago conociendo el gran reto que enfrente. Pero seguramente juntos todos podremos lograr las metas que queremos alcanzar.”, subrayó por su parte Inocente Núñez Blanco, también copresidente de Habanos, al intervenir en la velada, dedicada a Romeo y Julieta y su Gran Reserva Cosecha 2009.

La primera Gran Reserva de Romeo y Julieta en su conocida vitola Wide Churchills se ha convertido en uno de los símbolos de la marca desde su presentación hace cinco años, coincidiendo con la XII edición del Festival del Habano.

Todas las hojas que componen este tabaco hecho totalmente a mano (capa, capote y tripa) fueron cosechadas en 2009, en Vuelta Abajo, Pinar del Río, Cuba, y fueron sometidas a un largo y cuidadoso proceso de añejamiento de cinco años. Se trata de una producción única y exclusiva, de 5 000 cajones numerados, que representan la absoluta excelencia de la marca.

Esta nueva Gran Reserva ahonda en el carácter único de Habanos como Denominación de Origen Protegida. Con sus dimensiones únicas en el vitolario estándar de Habanos, es especialmente atractiva para aquellos fumadores que aprecian los tabacos de calibre grueso y de equilibrada y aromática ligada.

La Noche de Bienvenida contó con las actuaciones de artistas reconocidos nacional e internacionalmente, como Descemer Bueno, compositor e intérprete junto a Enrique Iglesias del éxito Bailando, que se alzó en 2014 con tres Grammy Latinos en las categorías Mejor Canción del Año, Best Urban Performance y Mejor Canción Urbana.

La experiencia se armonizó con el encanto del espacio, dotado de una hermosa panorámica de la bahía habanera, cuya historia comienza a finales del siglo XVIII, época en la que en este borde costero se llevó a cabo la renovación del Puerto de la capital cubana.

A FANCY NIGHT OF HISTORY, TRADITIONS

THE FESTIVAL'S OPENING NIGHT WENT ALL EXPECTATIONS ONE BETTER WITH THE LAUNCH OF THE FIRST-EVER GRAN RESERVA BY ROMEO Y JULIETA IN ITS CELEBRATED WIDE CHURCHILLS VITOLA – A TOKEN OF THE BRAND WORLDWIDE

So said Habanos S.A. co-president Luis Sanchez-Harguindey Pardo De Vera during the opening night held at the former Tobacco & Wood Warehouse in the capital's harbor, a unique and heritage-rich enclave of industrial Havana.

“jshdfgalshgfdldhgflla”, said Inocente Núñez Blanco, also Habanos S.A. co-president, during his remarks in this event that paid tribute to Romeo y Julieta and its Gran Reserva Cosecha 2009.

Romeo y Julieta's first-ever Gran Reserva in its celebrated Wide Churchills vitola, has panned out to be quite a symbol of the brand since its big break five years ago within the framework of the 12th Habano Festival.

All leaves used for rolling this fully hand-rolled cigar (filler, binder and wrapper) were harvested in 2009 in Vuelta Abajo, Pinar del Río, Cuba and endured a long and thorough aging process for five years. This is indeed a one-and-only and exclusive production of 5,000 numbered boxes that speak volumes of the brand's absolute and proudfest excellence.

This new Gran Reserva underscores the unique character of habanos as a Protected Denomination of Origin. Featuring its unique sizes within Habanos' regular portfolio, this vitola is especially luring for those smokers who prefer thick ring-gauge habanos packed in a well-balanced and scented blend.

The Opening Night featured the performance of renowned Cuban and international artists, such as Descemer Bueno, the same songwriter and performer whose smash hit “Bailando” (performed with Enrique Iglesias) grabbed three 2014 Latin Grammy awards in the Song of the Year, Best Urban Performance and Best Urban Song categories.

The experience was sprinkled with the charm of the place and its breathtaking view of the Havana Bay, whose history harks back to the late 18th century, the time when this coastal area served as the launching pad for the refurbishment of the Havana seaport.



Inauguran Feria comercial y Galería de Habanos

INTERCAMBIOS TÉCNICOS Y COMERCIALES, JUNTO A LAS ARTES PLÁSTICAS CUBANAS, PARA QUE LA EXPERIENCIA DEL HABANO SEA COMPLETA



Con un total de 67 stands de diferentes países y más de 800 metros cuadrados de espacio de exposición, la feria comercial que se desarrolla como parte del XVII Festival del Habano se ha convertido en la de la mayor participación y superficie de todas las ediciones celebradas hasta ahora.

Así lo afirmó Hernán Aguilar Parra, presidente de TABACUBA, al dejar oficialmente inaugurada la muestra expositiva, que deviene momento ideal para los intercambios técnicos y comerciales entre hombres de negocios, productores, proveedores y el público participante de todo el mundo.

“La feria se ha convertido año tras año en una de las principales actividades del Festival, un destacado punto de encuentro no solo para fabricantes y proveedores del mundo tabacalero, sino también de artesanos, coleccionistas, proveedores de accesorios para el fumador, fabricantes de artículos de lujo, impresores, transportistas y proveedores del producto gourmet”, expresó.

Durante su intervención, el presidente de TABACUBA dio una especial bienvenida a los representantes de Alemania, Brasil, Italia, China, España, Canadá y Panamá. También agradeció la extraordinaria respuesta de los 45 expositores cubanos, que muestran la rica oferta en ámbitos tan

diversos como la artesanía, la producción cultural y musical, la moda, el turismo, la gastronomía, y en todo aquello que tiene relación con los Habanos, desde piezas para coleccionar, artículos para fumadores, como estuches y humidores.

Como parte de la jornada se inauguró también la Galería Habanos, una muestra expositiva de obras de la plástica que recrean las tradiciones tabacaleras y cuenta con la participación de notables exponentes de la pintura cubana como Nelson Domínguez, Flora Fong, Zaida del Río y Eduardo Roca Salazar (Choco).

“El Habano, a través de su origen, tradición y marcas, hace soñar cada día a millones de fumadores en todo el mundo. Estoy seguro de que las sugerentes obras de nuestros artistas harán soñar a los asistentes de este XVII Festival”, concluyó.

La actividad contó con la presencia de los Copresidentes de Habanos S.A. Inocente Núñez Blanco y Luis Sánchez-Harguindey Pardo De Vera; el Vicepresidente comercial Jorge Luis Fernández Maíke; Fidel Sánchez Triana, Vicepresidente de Logística; Antonio Pascual García, Vicepresidente financiero; el Vicepresidente de Desarrollo, Javier Terrés de Ercilla; José María López Inchaurre, Director de Marketing Estratégico; así como del Director del Grupo Palco, Abraham Macique.

TRADESHOW, HABANOS GALLERY OPEN

TECHNICAL AND COMMERCIAL EXCHANGES, COUPLED WITH CUBA'S FINE ARTS, COME TOGETHER TO ROUND OUT THE HABANO EXPERIENCE

With a grand total of 67 booths from different countries and over 800 square meters of exhibition space, the tradeshow attached to the ongoing 17th edition of the Habano Festival has definitely yielded the largest turnout ever.

In his keynote remarks to officially open the tradeshow, TABACUBA president Herman Aguilar Parra said this kind of event has turned out to be the perfect moment to share technical and commercial experiences among business-people, producers, suppliers and the attending public from around the world.

“Year after year, this fair is becoming one of the Festival's top events, an outstanding meeting ground not only for manufacturers and suppliers from the tobacco industry, but also for handcrafters, collectors, dealers of smoker-related items, makers of luxury products, graphic artists and entrepreneurs, transporters and providers from the gourmet realm,” he was quoted as saying.

During his opening speech, Mr. Aguilar Parra welcomed representatives from Germany, Brazil, Italy, China, Spain, Canada and Panama. He uttered words of appreciation for the extraordinary response by the 45 Cuban exhibitors that are showcasing a rich sample of handicrafts, cultural and musical products, fashion, tourism, gastronomy and everything linked to the habanos, ranging from collectables to smoker-related items, such as cigar cases and humidors.

As part of the opening sessions, the Habanos Gallery also opened, this time around with the exhibition of artworks that recreate tobacco traditions produced by bold-face names of Cuba's contemporary painting, like Nelson Domínguez, Flora Fong, Zaida del Río and Eduardo Roca Salazar (Choco).

“The habano, through its origin, tradition and brands, makes millions of people from around the world daydream. I'm confident the suggesting artworks created by our artists will make those attending the 17th Habano Festival daydream as well,” he concluded.

The event was attended by Habanos S.A. co-presidents Inocente Núñez Blanco and Luis Sanchez-Harguindey Pardo De Vera; Marketing vice president Jorge Luis Fernandez Maíke; Logistics vice president Fidel Sánchez Triana; Financial vice president Antonio Pascual García; Development vice president Javier Terres de Ercilla; Strategic Marketing director Jose Maria Lopez Inchaurre, as well as Abraham Macique, director of the PALCO Group.



Vuelve el Concurso Internacional Habanosommelier

LOS TRES FINALISTAS SE SOMETERÁN EL PRÓXIMO VIERNES A UNA PRUEBA PRÁCTICA DE CORTE Y ENCENDIDO DEL HABANO, CATA DESCRIPTIVA, Y MARIDAJE CON DIVERSAS BEBIDAS



Como ya se ha hecho habitual cada año, los asistentes al Festival disfrutaron del esperado Concurso Internacional Habanosommelier, que ya celebra su XIV edición.

En la primera fase, celebrada este lunes, los participantes debieron afrontar un examen teórico y demostrativo donde hicieron gala de sus conocimientos sobre el vitolario de Habanos y sus diferentes marcas.

Entre los nueve candidatos -quienes ganaron previamente los certámenes nacionales organizados en sus respectivos países- solo tres pasaron a la gran final, a celebrarse el viernes 27 de febrero. Estos fueron:

- Walter Saens Rodríguez Neto, de Brasil, quien propuso el matrimonio entre un Marc da

Borgogne, de la Bodega Domaine de La Roma, con un Partagás Epicure No. 2.

- Lucas Tramontana, de Reino Unido, apostó por el Hennessy XO junto al Cohiba Siglo VI del 2012.

- El cubano Andrés Piñón se decidió por el matrimonio entre el Ron Unión, de Havana Club, y el Cohiba Siglo VI.

Dado el creciente número de aficionados que demandan el asesoramiento profesional de un sommelier a la hora de elegir un Habano, este certamen cuenta cada día con más adeptos.

El próximo viernes, los finalistas se someterán a una prueba práctica de corte y encendido del Habano, cata descriptiva y maridaje con diversas bebidas.

NEW EDITION OF THE HABANOSOMMELIER INTERNATIONAL CONTEST

THE THREE CONTESTANTS THAT REACHED THE GRAND FINALE ARE GOING TO PARTICIPATE IN THE PRACTICAL TEST OF HABANO CUTTING AND LIGHTING, A DESCRIPTIVE TASTING SESSION AND PAIRING WITH DIFFERENT DRINKS, SLATED FOR THIS COMING FRIDAY

As usual, guests and attendees enjoyed the much-anticipated Habanosommelier International Contest, now in its 14th edition.

During the first stage, carried out on Monday, competitors faced a theoretical and demonstrative test where they boasted their knowledge on Habanos vitolas and different brands.

Out of the nine candidates -who previously won national contests organized at their respective countries- only three reached the finals, scheduled for Friday, February 27. The names are:

- Walter Saens Rodríguez Neto, from Brazil, who suggested pairing Marc da Borgogne, from Domaine de La Roma Warehouse, and Partagás Series Epicure No. 2.

- Lucas Tramontana, from the United Kingdom, came up with the Hennessy XO and 2012 Cohiba Siglo VI.

- Cuba's Andrés Piñón decided to combine Havana Club's Ron Unión and Cohiba Siglo VI.

This contest is gaining momentum at a time when an increasingly number of enthusiasts is asking for the professional advice of a sommelier when it comes to hand-picking a Habano.

On Friday, the three final contestants will be put through their paces with a practical test of Habano cutting and lighting, descriptive tasting sessions and pairing with different drinks.



Alberto Valladares Valdés

Convierte el metal en obra de arte. Utiliza materiales como la plata, que combina con el oro y piedras preciosas. Sus piezas, de diferentes formatos, recrean lo mismo el apasionante mundo de la danza como el del tabaco. Sus series de esculturas, los juegos de collares, aretes, pulsos y anillos evidencian un trabajo de estudio profundo, respaldado por una alta profesionalidad en el refinamiento artístico de sus diseños.

Galería Palacio de la Artesanía
Calle Cuba No. 64, Habana Vieja
Teléfono (535) 268 9278
avalladares15@cubarte.cult.cu





Habanos Añejados Montecristo Churchills y Romeo y Julieta Pirámides

EL CONCEPTO "AÑEJADOS" SE ESTRENA EN LA XVII EDICIÓN DEL FESTIVAL DEL HABANO CON DOS NOVEDOSOS LANZAMIENTOS: ROMEO Y JULIETA PIRÁMIDES AÑEJADOS Y MONTECRISTO CHURCHILLS AÑEJADOS. AMBAS SON, ADEMÁS, NUEVAS VITOLAS EN SUS RESPECTIVAS MARCAS

La presentación por primera vez de Romeo y Julieta Pirámides Añejados y Montecristo Churchills Añejados, ambas vitolas novedosas en sus respectivas marcas; lleva al mercado internacional productos que han sido envejecidos en Cuba entre cinco y ocho años.

Esta condición no tiene que ver con el añejamiento de las hojas de tabaco, sino con el periodo de conservación del Habano –en perfectas condiciones de temperatura y humedad– desde su elaboración en la fábrica hasta su degustación. El tiempo transcurrido tras la puesta en caja aporta una fumada con un sabor más refinado y un aroma más complejo, sin que el Habano pierda sus características organolépticas iniciales.

El proceso de envejecimiento, un valor añadido para una degustación plena, hace al Habano más redondo y agradable al paladar, con lo que consi-

gue notas de sabor delicadas y dulzonas; pero nada es comparable a los matices de sabor amaderado que se impregnan en el tabaco, gracias a los años de reposo junto al cedro que lo protege.

Los Habanos Añejados se comercializan en sus cajones originales de 25 unidades, que han permanecido sin habilitar durante todo el proceso de envejecimiento. Se han vestido con las correspondientes habilitaciones de cada marca para su salida al mercado, pero su presentación se distingue por la doble anilla, el stick externo con la leyenda "Añejados" y la vitolina en la que se explica el concepto.

Entre las medidas de seguridad que dan fé de su antigüedad puede comprobarse en el fondo del cajón la fecha en que fueron torcidos, a esto se suma un cuño de "Revisado", pues el 100 por ciento de los cajones fueron abiertos y examinados individualmente.



AGED HABANOS: MONTECRISTO CHURCHILLS AND ROMEO Y JULIETA PIRÁMIDES

For this 17th Habano Festival, Habanos S.A. is presenting for the first time two new launches of aged habanos: Romeo y Julieta Piramides Añejados (ring gauge 52 x 156 mm long) and Montecristo Churchills Añejados (ring gauge 47 x 178 mm long).

The two are new benchmarks in this niche and come down as a Special Edition in limited quantities and a unique launch.

Through this aging process, the cigar has evolved greatly, with fuller body and better taste, thus capturing delicate and sweetish notes. Above all, it features a woody taste thanks to those years dormant lying inside the cedar barrels that keep them safe.

Aged habanos are sold in their original cases –unbranded during the course of the entire aging process– and eventually vested with the corresponding seals of each and every brand before hitting the market.

They come in the common branded box, with double bands, outer stickers that read "Aged" and a small label that explains the concept away. The date when the habano was hand-rolled is carved in the bottom of the box. Furthermore, an additional seal with the word "Revised" is stamped as a proof that all the boxes have been opened and each and every habano thoroughly checked.



PROGRAMA MARTES 24/02 / TUESDAY 02/24 SCHEDULE

07:00 - 17:00 hrs	Visita a Plantaciones en Vuelta Abajo, Pinar del Río. / Visit to Plantations in Vuelta Abajo, Pinar del Rio.
09:30 - 11:30 hrs	Cata Especial (por invitación). Palacio de Convenciones. / Special Tasting Session (invitation only), Havana's Intl. Convention Center.
19:00 hrs	Casa del Habano Hotel Meliá Habana. / Casa del Habano Meliá Habana Hotel. - Degustación de vinos y Habanos. / Wines and Habanos tasting session - Subasta de humidores con pinturas de artistas de la plástica cubana. / Auction of humidors with paintings authored by Cuban artists - Exposición de pinturas alegóricas al tabaco. / Exhibit of tobacco-related paintings - Espectáculo artístico. / Artistic show - Se presentará una holografía a tamaño natural del veguero cubano Robaina. / A life-size holography of Cuban tobacco farmer Robaina
19:00 hrs	Casa del Habano Partagás. / Casa del Habano Partagás. - Coctel para clientes invitados. / Cocktail for guests - Lanzamiento de la convocatoria al 27 Encuentro de clientes y amigos de la Casa del Habano Partagás. / Announcement of the 27th Meeting of Customers and Friends of Casa del Habano Partagás - Presentación y venta de muestras de humidores por grupo de artesanos y artistas colaboradores de la tienda Partagás. / Presentation and sale of humidors by a group of artisans and artists that collaborate with the Partagás store - Espectáculo artístico. / Artistic show

EDITOR Y DIRECTOR GENERAL José Carlos de Santiago REDACTORA JEFE Ana Ma. Gómez CORRESPONSAL PERMANENTE EN CUBA Amaury E. del Valle COORDINACIÓN Juliet Aguilar COORDINACIÓN ESPAÑA Ángel González DIRECTOR DE ARTE Miguel Guerrero TRADUCCIÓN Jorge Coromina COLABORACIÓN EDITORIAL Habanos S.A. HAN COLABORADO EN ESTE NÚMERO Patricia Cáceres, Liz Laura George y Abdul Nasser Tejero FOTOGRAFÍA Fervel y Rabaza SUSCRIPCIONES Y ATENCIÓN AL CLIENTE Tel.: +34 (91) 556 00 40, +33 (7) 204 81 90 PUBLICIDAD Y CORRESPONDENCIA ESPAÑA Madrid 28020 Madrid C/ Capitán Haya, 16. Tel.: +34 (91) 556 00 40. Fax: +34 (91) 555 37 64 CUBA La Habana Calle 10 No. 319 Apto. 3 e/ 3ra y 5ta. Miramar, Playa. Tel.: +53 (7) 204 81 90 Fax: +53 (7) 204 34 81. caribe@exceleencias.com.co MEXICO DF Alejandra Maciel Dios Pájaro #25, Seco Parques, Cuatitlán Izcalli México DF 54720. Telef.: +52 (55) 5871 4034. Móvil: +52 (44) 55231 60511 alejandraexceleencias@yahoo.es / dmexico@exceleencias.com Puerto Vallarta, Jalisco Consuelo Elpe Ramos Calle Febrônio Uribe 100. Plaza Santa María 404 C. Zona Hotelera. Tel.: +52 (322) 225 0109. consueloelpe@yahoo.com PANAMÁ Raima Calle 45 y Colombia, Edificio Miramar, local 27, Bella Vista (Diagonal al parque Urracá) Tel.: +50 (7) 3921579. dir.panama@exceleencias.com ARGENTINA Buenos Aires Jorge Hantouch Pte. J. D. Perón 2535, Ciudad Autónoma de Buenos Aires Tel.: +54 (11) 3220-2500. argentina@exceleencias.com HONDURAS Karina Lizeth Rodríguez Torres. Col. Nuevo Loarque Bloque I C.7207, Tegucigalpa, Honduras Cel.: +504 99287571. Tel.: +504 2267354. Kariz26@hotmail.com BRASIL Emanuela Fernandes Franco Florianópolis SC Brasil. Telf.: +55 (11) 96545303. emanuela@exceleencias.com USA Haydethlen Velásquez 2601 NW 105 Ave. Doral, FL 33172. Fax: +1 (305) 5927004 Cel.: +1 (786) 4128006. Telf.: +1 (305) 5920827 exceleenciasusa@exceleencias.com ECUADOR Ledany Contreras Valles Cristóbal de Ayala N50-350 y De los Alamos. San Isidro del Inca. Quito. Provincia Pichincha. Cel.: +593 084708837. 5221712. dir.ecuador@exceleencias.com Rusia Juan María Herrero Giménez Calle Ostozhenka 6/2, komnata 614 Tel.: +7 963 961 25 76. dir.rusia@exceleencias.com República Dominicana Rafael García Aznar Boulevard Turístico, Km 2.5 Punta Cana Tel.: 829.755.66.15. dir.dr@exceleencias.com URUGUAY María Shaw Arocena Tacuarembó 1361/902 - Montevideo 11200 Tel.: +598 (2) 4014181. dir.uruguay@exceleencias.com Costa Rica Silvia Simón Tel.: +506 25518804. dir.costarica@exceleencias.com PERÚ Mariella Stuart Pando Residencial San Felipe, Edificio Casuarinas No. 1102, Lima Tel.: +51 (1) 2616869. dir.peru@exceleencias.com PORTUGAL Isabel María Gómez Pignatelli Videira Calzada de Santa Catalina, 15D (1), Cruz - Quebrada Goroondo, Lisboa. Tel.: +351 (969) 767678 dir.portugal@exceleencias.com E-MAIL caribe@exceleencias.com caribe@exceleencias.com DEPOSITO LEGAL M - 17340 - 1997 Edita: ELA, C/ Capitán Haya, 16, 28020 Madrid (España). ISBN: 1138-1841 FOTOMECÁNICA E IMPRESIÓN La Nueva Creaciones Gráficas TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. LOS CONTENIDOS DE ESTA PUBLICACIÓN NO PODRÁN SER REPRODUCIDOS, DISTRIBUIDOS, NI COMUNICADOS PÚBLICAMENTE EN FORMA ALGUNA SIN LA PREVIA AUTORIZACIÓN POR ESCRITO DE LA SOCIEDAD EDITORA EXCELENCIAS TURÍSTICAS DEL CARIBE es una PUBLICACIÓN PLURAL. LA DIRECCIÓN NO SE HACE RESPONSABLE DE LA OPINIÓN DE SUS COLABORADORES EN LOS TRABAJOS PUBLICADOS, NI SE IDENTIFICA CON LA MISMA. ÚLTIMO CONTROL DE QJD: TIRADA: 75 330 EJEMPLARES. DIFUSIÓN: 62 472 EJEMPLARES. * 29/7/2003

f FACEBOOK
Festival del Habano
<http://www.facebook.com/FestivalHabano>

t TWITTER
FestivalHabano
<http://twitter.com/FestivalHabano>

<http://habanos.habanosnews.com>
www.habanos.com
www.revistasexceleencias.com
www.caribbeannewsdigital.com



CubaRon
...el productor original...



del 24 al 26 de junio de 2015 en Santiago de Cuba

III coloquio

Internacional Científico Técnico
del Ron Liger



La industria tabacalera cubana se renueva constantemente

A LA XVII EDICIÓN DEL FESTIVAL INTERNACIONAL DEL HABANO ASISTEN 1650 INVITADOS DE 60 NACIONES Y 220 PROFESIONALES DE LA PRENSA DE MÁS DE 25 PAÍSES, ASÍ TRASCENDIÓ EN LA CONFERENCIA DE PRENSA OFRECIDA POR EL VICEPRESIDENTE COMERCIAL DE HABANOS S.A., JORGE LUIS FERNÁNDEZ MAIQUE, Y EL VICEPRESIDENTE DE DESARROLLO DE HABANOS S.A., JAVIER TERRES.



La Feria Comercial asociada al evento resulta la mayor de todas las ediciones en cuanto al espacio contratado, con un total de 800 m² donde exponen 67 stands de siete países, entre ellos Italia, Canadá, Alemania, España, Panamá y Brasil.

Marcas representativas de la tradición tabacalera cubana: Montecristo y Romeo y Julieta, liderarán los lanzamientos durante la semana, con la presentación de la vitola conmemorativa *Montecristo 80 Aniversario*, y *Romeo y Julieta Wide Churchill Cosecha 2009*. Los participantes al Festival podrán degustar además el magnífico sabor que otorga el añejamiento del tabaco torcido, entre cinco y ocho años antes de salir al mercado, con *Montecristo Churchill Añejados*, y *Romeo y Julieta Pirámides Añejados*.

En esta ocasión la tradicional alianza se hará entre dos productos exclusivos, nacidos de terruños con características que los hacen únicos en el mundo: los Habanos (DOP) y los vinos italianos Chianti (DOCG).

Javier Terres, Vicepresidente de Desarrollo de Habanos s.a. destacó el comportamiento positivo de la compañía al cierre de 2014 con una cuota

del mercado por encima del 70%. La línea ascendente se mantiene este año –a pesar de la crisis económica en regiones claves y las campañas antitabaquismo– cuando hasta principios de febrero ya se había superado el número de ventas de igual periodo del año anterior.

Europa sigue siendo el mercado principal de Habanos, encabezado por España, y Asia Pacífico será la región con mayores potencialidades para el desarrollo de nuevas estrategias a corto y mediano plazo. El impacto de la apertura del mercado norteamericano en la producción y ventas de Habanos s.a. despertó curiosidad entre la prensa nacional y extranjera.

Jorge Luis Fernández Maique, Vicepresidente Comercial de Habanos s.a. acotó que “cualquier desarrollo productivo va a estar sustentado en la calidad y no en la cantidad” y aseveró que es ineludible el impacto positivo de la comercialización con todas las garantías legales del tabaco cubano en Estados Unidos. Aunque en estos momentos todo diagnóstico vendría solo una hipótesis, se prevé que con la penetración en el territorio norteamericano, la cuota podría aumentar entre un 25% y 30%, entre 70 y 90 millones de unidades.

CUBA'S TOBACCO INDUSTRY REINVENTS ITSELF ALL THE TIME

THE 17TH EDITION OF THE INTERNATIONAL HABANO FESTIVAL IS BEING ATTENDED BY 1,650 GUESTS FROM 60 NATIONS, PLUS 220 REPORTERS FROM OVER 25 COUNTRIES. SO SAID HABANOS S.A. MARKETING VICE PRESIDENT JORGE LUIS FERNANDEZ MAIQUE, AND THE COMPANY'S DEVELOPMENT VICE PRESIDENT JAVIER TERRES IN A PRESS CONFERENCE

The tradeshow attached to the event has provided the largest turnout ever in terms of leased exhibition space, a grand total of 800 square meters with 67 booths and several countries, including Italy, Canada, Germany, Spain, Panama and Brazil.

Brands that stand for the highest traditions of the tobacco industry –Montecristo and Romeo y Julieta– will lead the launches during a weeklong event teeming with presentations of the Montecristo 80 Aniversario commemorative vitola, and Romeo y Julieta Wide Churchill Cosecha 2009. Those attending the festival will also revel in the magnificent

taste of aged hand-rolled cigars –a process of somewhere between five and eight years endured by habanos before they hit the market– such as Montecristo Churchill Añejados and Romeo y Julieta Pirámides Añejados.

This time around, the traditional alliance will feature two exclusive products born out of their lands, with features of their own that make them one-and-only items under the sun: habanos (DOP) and Italian-made Chianti wines (DOCG).

Habanos S.A. Development vice president Javier Terres highlighted the company's positive outcomes by the end of 2014, with a market share way above 70 percent. That trend will remain on the rise this year –amid the economic crisis that's pounding key regions and antismoking campaigns. In early February, sales have outnumbered figures tabbed in the same period of time last year.

Europe keeps growing strong as Habanos S.A.'s top market, with Spain leading the pack, while the Asia Pacific region boasts the greatest potentials for the development of new strategies in both the short and the mid runs. The impact of the U.S. market opening as far as production and sales are concerned certainly piqued curiosity in the national and foreign press.

Habanos S.A. Marketing vice president Jorge Luis Fernandez Maique had this to say: “Any productive development will hinge on quality rather than quantity” as he underscored the ineludible positive impact the marketing of Cuban tobacco, bestowed with all legal warranties, will have in the U.S. Even though all prognoses right now just lie in a hypothetical realm, the eventual entry into the American market will make the market share soar somewhere between 25 and 30 percent, with units hovering around 70 to 90 million.

This year's edition will celebrate the 25th anniversary of Casa del Habano, a network of boutiques specialized in habano sales that stand out for their vast knowledge and customized assistance with currently 140 stores scattered in 65 countries.

The rest of the 17th Habano Festival program has lots of interesting things in stores, such as habano-related lectures, master lessons, the 14th edition of the International Habanosommelier Contest and the second contest to get the longest burning ash. The traditional visits to the finest tobacco plantations in Vuelta Abajo*, in Pinar del Río*, as well as to the historic La Corona and H. Upmann habano factories, are scheduled for this Tuesday and Thursday.

Galería Habanos

Cada año, la feria comercial del Festival del Habano se hace acompañar de una importante muestra de obras pictóricas asociadas a la historia y tradición del tabaco cubano. En esta ocasión, Galería Habanos reúne 17 piezas de 14 artistas, la mayoría de ellos con una vasta y prolifera obra, reconocida nacional e internacionalmente desde la década de los años setenta, como Ever Fonseca, Nelson Domínguez, Flora Fong, Zaida del Río, entre otros.

Bajo el título: "Del color del cristal con que se mire", este año la Galería Habanos abre el diapasón a otros artistas de la generación del 80 como Ernesto García Peña, Ileana Mulet, Juan José Blanco Lozano, entre otros. Resulta novedoso también la inclusión de una obra del joven Fernando Reina Escalona, que forma parte de un proyecto para la venidera Bienal de La Habana, y consiste en la intervención de una fábrica de tabaco. La pieza es una apropiación de las marquillas antiguas en desuso actualmente, un pretexto para reflejar en ellas personalidades que han inspirado al joven pintor.

Convergen en la muestra artistas de diferentes generaciones y estilos, pero que a través de su arte han estado vinculados al mundo del Habano.



Eduardo Roca Salazar (Choco). *Rostro y Hoja*, Colografía/Colography, 91 x 71 cm, 2014



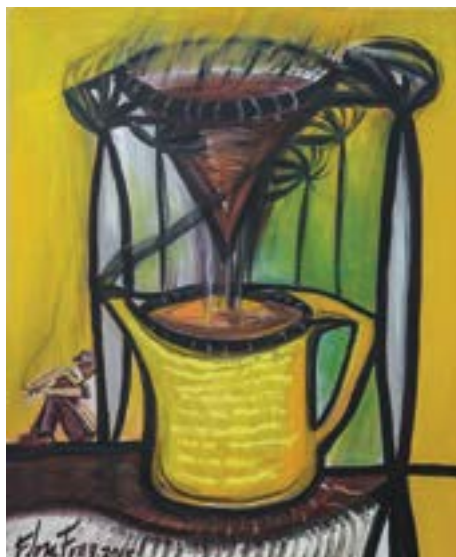
Zaida del Río. *Aroma del Placer*. Mixta/cartulina, Mixed/Board, 77,5 x 58 cm, 2012



María Caridad Díaz
(Mary Cary)
Fumando Espero
Mixta/cartulina
Mixed on Board
2015



Nelson Domínguez. *Mi amigo Robaina*
Mixta/tela, Mixed/Canvas, 84 x 68 cm, 2014



Flora Fong. *Mi espacio con Humo*
Mixta/tela, Mixed/Canvas, 72 x 60 cm, 2015

HABANOS GALLERY

Each year, the Habano Festival's tradeshow comes along with a significant number of paintings linked to both the history and tradition of Cuban tobacco. This time around, the Habano Gallery gathers 17 works by 14 artists, most of them with vast and prolific careers under their belts, who have been grabbing national and international accolades since the 1970s, like Ever Fonseca, Nelson Domínguez, Flora Fong, Zaida del Río, among others.

Under the title "The Color of the Glass You Look Through", this year's Habano Gallery reels in other artists from the 1980s, such as Ernesto García Peña, Ileana Mulet, Juan José Blanco Lozano and others. The artwork of just another newcomer, young artist Fernando Reina Escalona, a graduate of the Higher Institute of Arts (ISA) who's currently working on a project for the upcoming Havana Biennial, consists of an intervention in a cigar factory. The pieces—similar to the ones Escalona presented at the 12th edition of the Habano Festival—are recreations of olden and out-of-use brandings, viewed here as a pretext to play on them the personalities the painter has been inspired by.

Artists from different generations and with different styles—their art has been closely related to the realm of habanos—come together in the 2015 Gallery.

Romeo y Julieta Gran Reserva



ROMEO Y JULIETA GRAN RESERVA WIDE CHURCHILLS 2009 HA SIDO CONFECCIONADA CON HOJAS SOMETIDAS A UN LARGO Y CUIDADOSO PROCESO DE AÑEJAMIENTO DURANTE CINCO AÑOS, PROCEDENTES DE TERRITORIOS VUELTAABAJEROS, CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDO.

La primera Gran Reserva de Romeo y Julieta se presenta en el XVII Festival del Habano, en su conocida vitola Wide Churchills, que se ha convertido en uno de los símbolos de la marca desde su lanzamiento en el XII Festival del Habano, hace exactamente cinco años.

Para elaborar esta Gran Reserva, todas las hojas que componen el Habano (tripa, capote y capa) se han sometido a un largo y cuidadoso proceso de añejamiento durante cinco años. Se trata de una producción exclusiva de 5000 cajones numerados, que representan la absoluta excelencia de la marca y que sin duda, contarán con una importante acogida por parte de los amantes de los cigarrros Habanos.

La nueva Gran Reserva ahonda en el carácter único de Habanos como Denominación de Origen Protegida. Para su elaboración se seleccionaron las mejores hojas de tabaco cosechadas en 2009 en Vuelta Abajo (D.O.P.), en Pinar del Río*, Cuba.

Wide Churchills, con sus especiales dimensiones, únicas en el vitolarío estándar de Habanos, es

especialmente atractivo para aquellos fumadores que aprecian los puros de calibre grueso y de equilibrada y aromática ligada.

Estos Habanos han sido elaborados "Totalmente a Mano" con tripa larga, con hojas seleccionadas por expertos ligadores, y han sido evaluados por más de 50 expertos catadores en catas conjuntas organizadas por el Instituto del Tabaco. Entre los especialistas se incluyen miembros de la Comisión Nacional de Degustación de las más prestigiosas fábricas en la Isla, expertos de la industria cubana y de Habanos s.a.

La marca, que nació por el año 1875, inspirada en la obra literaria homónima del escritor inglés William Shakespeare, alcanzaría renombre internacional en los primeros años del pasado siglo y se convirtió en una de las marcas pioneras en usar una anilla distintiva.

Winston Churchill fue uno de los más devotos fumadores de Romeo y Julieta. Desde su visita a La Habana en 1946, el nombre del político británico no solo fue utilizado en anillas de Habanos, sino que distinguió a la más conocida vitola de la marca: Churchills de Romeo y Julieta.

En el siglo XXI se incorporan dos nuevas vitolas: Short Churchills en 2006, el robusto que faltaba en el vitolarío de la marca; y el Wide Churchills en 2010, del que en esta ocasión se presenta su Gran Reserva, y que inauguró en su día el uso de los cepos 55, precursor de la tendencia entre los amantes de los cepos gruesos.

Su equilibrada y aromática ligada, con hojas de tripa y capote seleccionadas en la región de Vuelta Abajo, hace de Romeo y Julieta el Habano clásico del sabor medio.

ROMEO Y JULIETA GRAN RESERVA

ROMEO Y JULIETA GRAN RESERVA WIDE CHURCHILLS 2009 HAS BEEN MADE WITH LEAVES THAT ENDURED A LONG AND THOROUGH AGING PROCESS FOR FIVE YEARS, HAILING FROM THE VUELTA ABAJO, A REGION WITH PROTECTED DENOMINATION OF ORIGIN.

The 17th Habano Festival is the setting of choice for the presentation of the Romeo y Julieta Gran Reserva (Romeo y Julieta Grand Reserve), in its well-known Wide Churchills vitola, which has panned out to be a token for this brand since its introduction five years ago, during the 12th Habano Festival.

For making this Gran Reserva, all the leaves in this habano (filler, binder and wrapper) have gone through a long and thorough five-year aging process. This is a one-and-only, exclusive production of 5 000 numbered boxes that stands out for the brand's utmost excellence, a creation that will no doubt have a tremendous acclaim among enthusiasts of habano cigars.

This new Gran Reserva greatly underscores the unique character of Habanos as a Protected Denomination of Origin. In the making process of this Romeo y Julieta Gran Reserva, the finest tobacco leaves harvested in 2009 in Vuelta Abajo, from Pinar del Río* (D.O.P.), Cuba, were handpicked.

Wide Churchills, with its special sizes—unique in the Habanos' regular vitola portfolio—is especially attractive for those smokers who crave thick ring-gauge habanos with well-balanced and scented blends.

These habanos have been completely hand-rolled with long filler, featuring leaves selected by expert blenders and checked by over 50 seasoned tasters during joint tasting sessions organized by the Tobacco Institute. Those expert tasters included members of the National Tasting Commission from Cuba's most prestigious cigar factories, plus specialists from the Cuban tobacco industry and Habanos S.A.

The origin of the brand name—it dates back to 1875—is well known. It stems from the homonymous literary tragedy penned by English writer William Shakespeare. The brand quickly reaped acclaim worldwide in the early 20th century, thus becoming one of the first ever to sport distinctive cigar bands.

Winston Churchill was one of the most devoted smokers of this brand. Since his 1946 Havana visit, his name was not only used in the habano bands, but it also gave birth to the brand's best-known vitola: Churchills of Romeo y Julieta.

In the 21st century, two vitolas were added. Firstly, Short Churchills got its big break in 2006—the missing Robusto within the brand's vitola portfolio; and secondly the Wide Churchills in 2010, the one having its Gran Reserva now. This vitola brought along the 55 ring gauge and became the harbinger of that trendsetter.

Its well-balanced and aromatic blend, with filler and binder leaves picked from the Vuelta Abajo region, make Romeo y Julieta the classic mild-tasting habano.

MARCA / BRAND

Romeo y Julieta

VITOLA DE SALIDA / STORE VITOLA

Wide Churchills

VITOLA DE GALERA / FACTORY VITOLA

Montesco

MEDIDAS / SIZES

Cepo 55 (21, 83 mm) x largo 130 mm

PRESENTACIONES / PRESENTATIONS

Serie Especial (SPB) de 5 000 cajas lacadas de 15 unidades, numeradas individualmente

